

BAB I

PENDAHULUAN

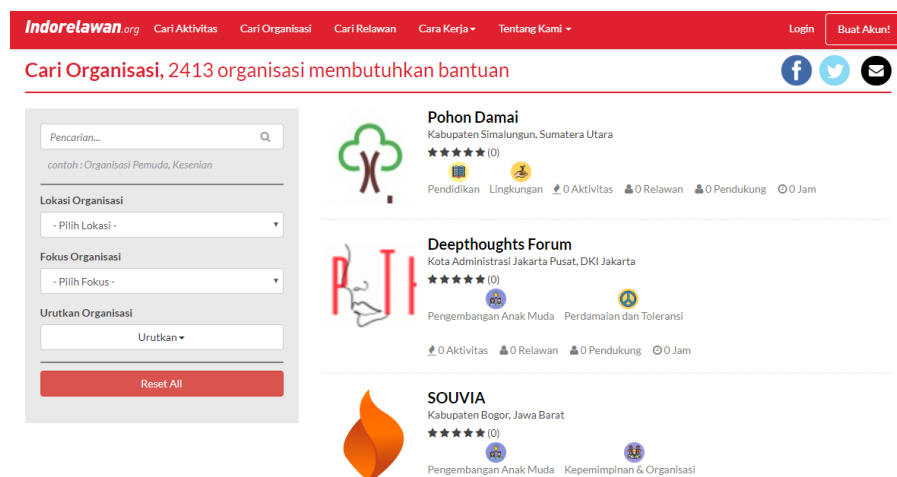
1.1 Latar Belakang Masalah

Hakekatnya, manusia adalah makhluk yang unik. Melalui Kompasiana.com, seorang tokoh pendidikan bangsa Belanda Langeveld, manusia adalah *animal educandum* dan *animal educable*, yaitu berarti makhluk yang perlu atau harus dididik. Manusia secara logis mampu untuk menyimpulkan dan menilai bahwa hakekatnya hanya ada satu, yaitu bersifat universal dan berada di dunia metafisis. Maksud dari hanya satu, universal dan berada di dunia metafisis adalah hal tersebut merujuk pada Tuhan. Manusia menyadari bahwa mereka ada di dunia karena berasal dari Allah dan nantinya akan kembali kepada-Nya (Kholila, 2014).

Manusia pada dasarnya sadar mengenai intelektualitas dalam dirinya. Dalam hal ini lebih fokus kepada toleransi, tenggang rasa dan sikap saling menghargai satu dengan yang lainnya. Wujud dari toleransi dalam kehidupan bermasyarakat adalah bersilahturahmi, menghargai perbedaan umat beragama, tidak rasisme, dan lain sebagainya (Waradyah, 2016). Nilai kemanusiaan juga menjadi dasar dari pengembangan ilmu untuk memberi arah dan mengendalikan ilmu pengetahuan. Ilmu tersebut dikembalikan pada fungsi awalnya yaitu untuk kemanusiaan dan tidak hanya bergantung pada kelompok tertentu (Falofa, 2020).

Sebagai makhluk sosial, manusia membutuhkan kebersamaan dalam hidupnya, semuanya itu dalam rangka saling memberi dan menerima manfaat (Ottoman, 2018). Di dalam tatanan masyarakat, nilai-nilai kemanusiaan ditanamkan di berbagai peraturan dan norma. Beberapa di antaranya yang tidak asing adalah sila ke-dua Pancasila yang berbunyi “Kemanusiaan yang Adil dan Beradab” dan semboyan Bhinneka Tunggal Ika “Berbeda-beda tetapi Tetap Satu”.

Gambar 1. 1. Homepage Indorelawan.com



Sumber: Indorelawan.com, 2020

Saat ini terdapat berbagai komunitas maupun organisasi yang terbentuk guna untuk melakukan aksi sosial untuk menjunjung tinggi nilai-nilai kemanusiaan. Hal ini dapat dibuktikan melalui sekelompok orang-orang yang menyalurkan aksi sosialnya baik dalam segi pendidikan, kesehatan, kesejahteraan hidup, anak-anak, hewan, lingkungan alam dan lain sebagainya. Melalui Indorelawan.com, kita dapat melihat bahwa organisasi yang bergerak

di bidang sosial mencapai 2413 di Indonesia seperti Pohon Damai, *Deeptoughts Forum*, dan SOUVIA.

Dewasa kini, nilai-nilai kemanusiaan yang dibentuk mulai memudar. Jendral Idham Aziz selaku Kapolri menyatakan bahwa total kejahatan pada 2019 mencapai 19,3% yaitu 53.360 kasus (Dwi, 2019). Tiga kasus yang di-*highlight* pada 2019 adalah pembunuhan mutilasi Prada DP, pembunuhan ayah dan anak yang jasadnya dibakar oleh ibu tiri sekaligus suaminya di Sukabumi, pembunuhan Surono yang jasadnya dikubur di bawah lantai mushala mirisnya dilakukan oleh istri dan anak kandungnya sendiri. Di samping itu, hal-hal yang menyangkut nilai kemanusiaan juga dapat diukur melalui maraknya kasus pemerkosaan atau pelecehan seksual terhadap wanita. Komisi Nasional Wanita (Komnas Wanita) mencatat terdapat 17.088 kasus yang terjadi selama 2016 hingga 2018. 52% di antara kasus tersebut adalah kekerasan seksual atau mencapai 8.797. Melalui fakta tersebut dapat diduga setiap hari terjadi delapan pemerkosaan di Indonesia. Mayoritas dari kasus ini terjadi diranah publik dan kekerasan di dalam rumah tangga atau relasi personal seperti pemerkosaan dalam perkawinan (Tim, 2019).

Di balik memudarnya nilai-nilai kemanusiaan, makhluk sosial yang tidak bisa hidup tanpa orang lain. Oleh karena itu manusia akan selalu berkelompok atau membentuk komunitas. Seperti salah satu komunitas yang didirikan oleh anak muda Indonesia yang tergerak karena melihat begitu mudahnya orang yang terpecah-belah akan perbedaan, banyaknya teman sekeliling mereka yang hilang harapan dengan keadaan dan merasa tidak dapat melakukan perubahan.

Salah satu pernyataan pesimis anak muda masa kini “sistemnya sudah *bobrok*, orang tidak bisa diubah.” Menurut mereka, dengan diam saja, hal itu justru akan terjadi. Di tengah-tengah sikap pesimis anak muda mengenai nilai-nilai kemanusiaan, Gabriella Tania selaku *founder* Manusaya bersama dengan teman-temannya berinisiatif untuk menjawab kegelisahan yang mereka rasakan.

Gambar 1. 2. Instagram Manusaya

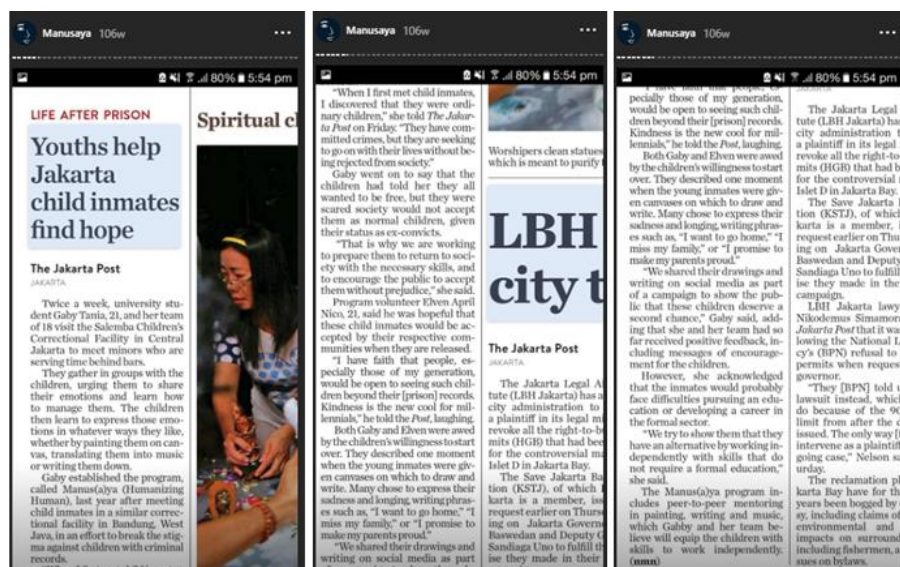


Sumber: Instagram Manusaya.project, 2020

Komunitas Manusaya dibentuk dengan satu misi yaitu #MemanusiakanManusia. Mereka percaya setiap manusia dapat memanusiakan orang-orang di sekitarnya lewat cerita dan pengalaman yang memanusiakan guna menyebarkan kasih antar sesama manusia. Program kegiatan yang mereka susun akan terarah pada literasi emosional bagi anak-anak. Dua program yang telah mereka jalankan yang pertama adalah Titik Balik sejak 2017 yang merupakan kelas literasi emosional yang diadakan selama 12 kali pertemuan dalam jangka waktu tiga bulan untuk anak-anak yang berada di dalam LPKA

(Lembaga Pembinaan Khusus Anak) atau yang dulu dikenal dengan Lembaga Permisaryaratkan Anak (Lapas Anak) dan berlokasi di Jakarta. Kedua, Kelas Pemenang sejak 2019 yang merupakan Kelas Pengembangan Potensi Anak di Cilincing. Dalam program ini, Manusaya membantu Desi selaku pelopor dari sekolah Merah Putih yang berdiri di daerah porstitusi untuk membangun *self-esteem* anak-anak di sana. Berdasarkan beberapa program yang telah mereka lakukan, harapannya akan dapat lebih #MemanusiakanManusia.

Gambar 1. 3. Manusaya dalam Pemberitaan 12 Februari 2018



Sumber: *Highlight* Instagram Manusaya.project, 2020

Dalam proses mewujudkan kampanye #MemanusiakanManusia tentunya diperlukan strategi komunikasi yang baik. Membangun dan melaksanakan kegiatan yang berkesinambungan tidak semudah membuat kegiatan sosial sehari. Kegiatan ini membutuhkan perencanaan matang supaya pesan yang disampaikan dapat dipahami dan tertanam bagi target audiensnya. Dalam hal ini, strategi komunikasi yang dilakukan sebaiknya melalui berbagai tahap

perencanaan hingga evaluasi. Menurut Anne Gregory (2015, p. 46), setiap proses baik dalam organisasi maupun program tertentu termasuk kampanye umumnya akan melewati alur yang sama yaitu pertama adalah *awareness*: pemahaman atas situasi yang dihadapi, kedua adalah *formulation*: pemilihan strategi yang sesuai, ketiga adalah *implementation*: pelaksanaan, terakhir adalah *evaluation*: mengukur efektivitas strategi yang dilaksanakan.

Kampanye ini telah melalui serangkaian kegiatan dalam media sosial hingga pelaksanaan. Dalam pelaksanaannya setiap kampanye seharusnya memerlukan perencanaan agar dapat terealisasi dengan baik dan pesannya dapat tersampaikan untuk khalayak. Kampanye ini memiliki pesan yang unik yakni untuk #MemanusiakanManusia. Latar belakang dari penelitian ini dilakukan adalah untuk mengetahui penerapan dalam memanusiakan manusia yang dipelopori oleh komunitas Manusaya. Penelitian ini akan difokuskan pada strategi komunikasi Manusaya dalam program yang direalisasikan untuk #MemanusiakanManusia. Penelitian ini akan mendeskripsikan awal terbentuknya kampanye #MemanusiakanManusia, cara Manusaya memilih strategi dan taktik dalam melaksanakan kegiatan dan komunikasi, dan sarana komunikasi apa saja yang digunakan sehingga keseluruhannya dapat direalisasikan serta tahap evaluasi yang menjadi bagian penting dalam pengembangan program selanjutnya. Dengan begitu, penelitian ini akan mengulas lebih dalam mengenai strategi komunikasi dalam merancang kegiatan untuk #MemanusiakanManusia dalam komunitas sosial Manusaya.

1.2 Rumusan Masalah

Pudarnya nilai-nilai kemanusiaan menuntut adanya kesadaran masyarakat untuk melakukan kegiatan yang dapat membuahkan dampak. Hal ini muncul guna mengembangkan potensi positif generasi bangsa. Melihat isu tersebut, Manusaya berusaha untuk menghilangkan stigma negatif dari sebagian kelompok masyarakat dibanding hanya melihat dan memberikan komentar yang tidak akan merubah keadaan.

Dengan berbagai strategi komunikasi yang dilakukan Manusaya dalam #MemanusiakanManusia melalui program yang direncanakan, dapat membantu anak-anak dalam meningkatkan *self-esteem* mereka untuk mengembangkan diri ke konsep diri yang positif.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan dari rumusan masalah yang telah dipaparkan, maka pertanyaan penelitian ini adalah bagaimana Strategi Komunikasi Kampanye #MemanusiakanManusia Pada Komunitas Manusaya Dalam Melaksanakan Program Sosial Titik Balik dan Kelas Pemenang?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian yang dilakukan adalah untuk mengetahui dan menganalisis Strategi Komunikasi Kampanye #MemanusiakanManusia Pada Komunitas Manusaya Dalam Melaksanakan Program Sosial Titik Balik dan Kelas Pemenang.

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Kegunaan Akademis

Secara akademis, penelitian ini bisa memberi kontribusi bagi pengembangan ilmu komunikasi khususnya dalam strategi komunikasi di bidang sosial terkait dengan kampanye dari proses penyusunan pesan, strategi hingga taktik.

1.5.2 Kegunaan Praktis

Secara praktis, penelitian ini berkontribusi dari aspek strategi komunikasi yang digunakan oleh Manusaya dalam upaya #MemanusiakanManusia yang direalisasikan melalui program serta dapat memberi masukan kepada Manusaya mengenai apa yang perlu ditingkatkan maupun yang perlu dihilangkan.

1.6 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini dibatasi dengan fokus hanya kepada strategi komunikasi yang diwujudkan dalam program-program Manusaya dari Desember 2017 hingga April 2020. Pembatasan ini diadakan guna untuk mendapatkan hasil yang sesuai dan tidak keluar dari topik yang diangkat.